



uprice.de: Reverse Pricing als innovatives Preisinstrument

Chancen für kleine und mittelständische Unternehmen

<http://www.uprice.de/>

Das Internet und die Verbreitung mobiler Technologien (z. B. GPRS, UMTS, Wireless LAN) ermöglichen eine zunehmende Digitalisierung von interaktiven Kommunikationskanälen und Geschäftsprozessen. Dadurch werden eine stärkere Interaktion zwischen Verkäufern und Käufern ermöglicht sowie Geschäftsmodelle und Preismechanismen im Internet gegenüber der 'Offline-Welt' verändert. Dies hat beispielsweise dazu geführt, dass **Auktionen**, die vor dem Internetzeitalter hauptsächlich auf Seltenheitsprodukte oder Unikate beschränkt waren, nun für eine Vielzahl von Produktkategorien und vor allem auch für standardisierte Konsumprodukte eingesetzt werden (z. B. Bücher, DVDs, MP3-Player).

Neben der Verbreitung zuvor schon bekannter Preismechanismen sind im Internet auch neue, **im Handel bislang nicht eingesetzte Preismechanismen** entstanden. Das **'Reverse Pricing'** ist solch ein neuer Preismechanismus und ermöglicht durch eine Umkehrung des herkömmlichen Preismechanismus sowohl dem Käufer als auch dem Verkäufer eine Einflussnahme auf den Preis eines Produktes. Hierbei legt der Verkäufer einen Mindestpreis für ein Produkt fest. Anschließend geben Käufer Gebote für dieses Produkt ab, ohne die Höhe des Mindestpreises zu kennen. Liegt ein Gebot oberhalb des Mindestpreises kommt der Verkauf zu einem Preis in Höhe des Gebots des Käufers zustande. Der Mindestpreis des Verkäufers wird dabei stets geheim gehalten.

Das Reverse Pricing bietet einige **Vorteile gegenüber fixer Preisfestlegung sowie bekannten Auktionsmechanismen**, die dessen Einsatz als Vertriebsinstrument für Verkäufer interessant machen. Durch die Geheimhaltung des von einem Verkäufer geforderten Mindestpreises werden Preisstrukturen in bestehenden Kanälen nicht kannibalisiert. Mit Hilfe des Reverse Pricing lassen sich hierdurch neue Kundensegmente ansprechen: Beispielsweise könnten über das Reverse Pricing angesprochene, preissensitive Käufer Umsatzzuwächse herbeiführen ohne gleichzeitig unerwünschte, dauerhafte Preisnachlässe hervorzurufen. Käufer profitieren durch das Reverse Pricing hauptsächlich aufgrund der Mitbestimmung bei der Preisfestlegung sowie der Möglichkeit einer unmittelbaren Transaktionsabwicklung nach Abgabe eines erfolgreichen Gebotes.

Reverse Pricing ist ein Teilprojekt des vom *Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)* im Rahmen der Initiative 'Internetökonomie' geförderten Forschungsschwerpunkts *PREMIUM*. Dabei arbeiten die *Goethe-Universität Frankfurt*, die *TU Darmstadt* sowie die *Albert-Ludwigs-Universität Freiburg* mit insgesamt zehn Teilprojekten zusammen daran, neue Preis- und Erlösmodelle für das Internet zu entwickeln. Dem Sprecher des Gesamtprojekts Prof. Dr. Bernd Skiera ist es dabei besonders wichtig, Synergien zu nutzen und erstklassige Forschung durch **enge Zusammenarbeit mit dem Mittelstand** um eine Praxiskomponente zu bereichern.

Im Teilprojekt 'Reverse Pricing' ist es den Mitarbeitern um Projektleiter Dr. Martin Spann gelungen, eine Online-Handelsplattform zu entwickeln, auf der Händler eigenständig Produkte einstellen, Kunden zum Kauf anbieten und dabei die Vorteile des Reverse-Pricing-Mechanismus nutzen können. Die Plattform ist unter <http://www.uprice.de/> verfügbar, so dass KMUs diese als zusätzliches Vertriebsinstrument nutzen können (siehe Abbildung). Daneben steht das Team des Forschungsprojekts für weitere Rückfragen und zur Diskussion der Einsatzmöglichkeiten des Reverse-Pricing-Mechanismus auch als Web-Service gerne zur Verfügung. Informationen zum Projekt finden sich auch unter <http://www.reverse-pricing.com/>.



SIE bestimmen den Preis!

nicht angemeldet

Startseite Profil Kaufen Verkaufen Hilfe Login

Kategorien

- Allgemeines (11)
- Bekleidung (1)
- Essen & Trinken (27)
- Reisen (12)
- Möbel & Haushaltswaren (3)
- Computer & EDV (8)
- Wellness & Kosmetik (3)
- Bücher (25)
- Uhren (3)

uPrice WLAN-Voucher

• • T • Mobile •

uPrice Bücherbörse

WW
Fachschaft

uPrice eat and party

Hard Rock
Hedwig Ben
deli

Living

ELECTRONIC COMMERCE
Johann Wolfgang Goethe-Universität
Frankfurt am Main

Willkommen bei uPrice!

SIE bestimmen den Preis ... und das alles kostenlos!

uPrice ist ein Projekt des Lehrstuhls für Electronic Commerce der Goethe-Universität Frankfurt. Auf den folgenden Seiten können Sie verschiedene Produkte kaufen. Das Besondere daran: Sie bestimmen, wieviel Sie für die jeweiligen Produkte bezahlen wollen.

Dabei können Sie doppelt sparen: Als Verkäufer zahlen Sie weder Gebühren noch Provisionen!

Bitte [registrieren](#) Sie sich zunächst. Sie erhalten dann ein Passwort per eMail zugeschickt. Mit diesem Passwort können Sie sich einloggen.

uPrice SPEZIAL:

Bild	Name
	Wein-Geschenkkarten "Pfälzer Barrique"
	Freitag Abend im Living XXL
	Sekfrühstück im Café Crumble

NEU auf uPrice:

Bild	Name
	Saisonauftakt im StubaiTal
	Opening in Val d'Isère
	Student HotSpot Pass 1 Stunde

Kaufen auf uPrice :

Haben Sie ein Produkt gefunden, das Sie kaufen möchten, geben Sie einfach den Preis ein, den Sie dafür bezahlen möchten. Ist der Anbieter bereit, Ihnen das Produkt zu diesem Preis zu verkaufen, erhalten Sie sofort eine Bestätigung-Mail und das Produkt wird für Sie beim Anbieter reserviert.

Reicht der von Ihnen gebotene Preis hingegen nicht aus, können Sie Ihren Preis ggf. erhöhen und weitere Gebote abgeben.

uPrice empfiehlt: Legen Sie sich schon frühzeitig Ihre Gebotsstrategie zurecht! So vermeiden so unnötig viele Gebote und können noch günstiger an das gewünschte Produkt kommen.

uPrice: SIE bestimmen den Preis!

Verkaufen auf uPrice :

Möchten Sie ein Produkt auf uPrice verkaufen, loggen Sie sich bitte zunächst mit Ihrer eMail-Adresse und Ihrem Passwort ein ([hier](#)). Im Verkäuferbereich stehen Ihnen dann umfangreiche Möglichkeiten zur Verfügung.

Sie können neue Angebote erstellen, bestehende Angebote bearbeiten oder bereits verkaufte Artikel einsehen. SIE legen den Preis fest, den Sie dabei mindestens erzielen möchten. Zusätzlich bestimmen Sie, welchen Mechanismus Sie zum Verkaufen einsetzen.

Die Entscheidung liegt bei Ihnen: Entweder Sie wählen einen der vorgegebenen Mechanismen aus oder Sie konfigurieren den Mechanismus manuell.

uPrice: Verkaufen ohne Gebühren!

(Quelle: Informationen der Professur für Electronic Commerce, Goethe-Universität Frankfurt, August 2004)

externer Ansprechpartner:

Dr. Martin Spann (Professur für Electronic Commerce, Goethe-Universität Frankfurt)

email: spann@wiwi.uni-frankfurt.de

Tel.: (069) 798-22380 / -28885

Fax.: